Бизнес-журнал

С°К'О"

санаторно-курортная отрасль

№1 (27) | 2016

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ПРЕПАРАТОВ

Для лечения позвоночника и суставов

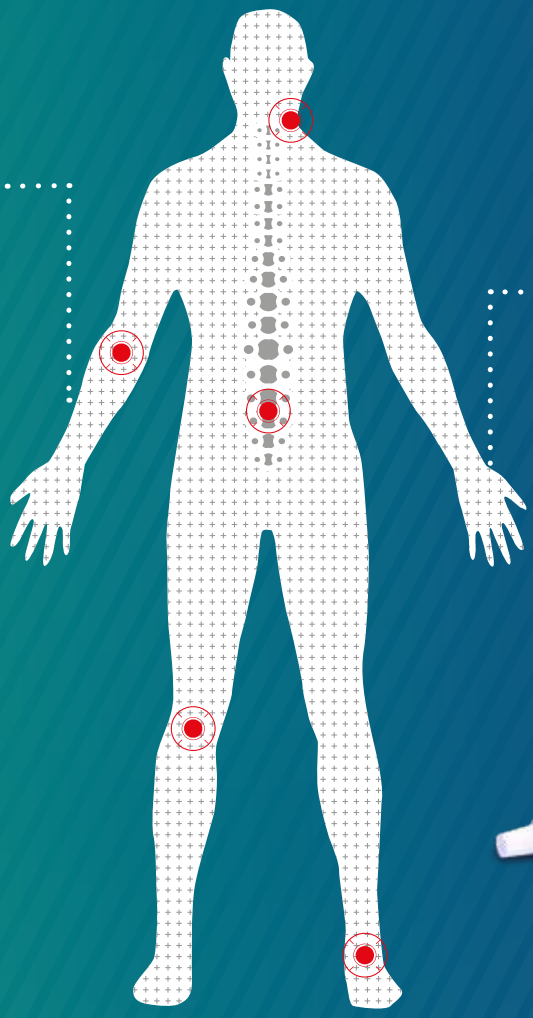
Подтверждено сертификатами Европейского союза и клиническими испытаниями

Карипаин

Лекарственный препарат растительного происхождения, на основе латекса папайи

Гиалгель®

Мощное инновационное средство на основе гиалуроната, не имеет аналогов.



Подробная информация на сайтах производителей

www.karipain.ru | www.gialgel.ru

+7 (495) 589-33-48

ТММ

Качество + творчество = Ваше развитие

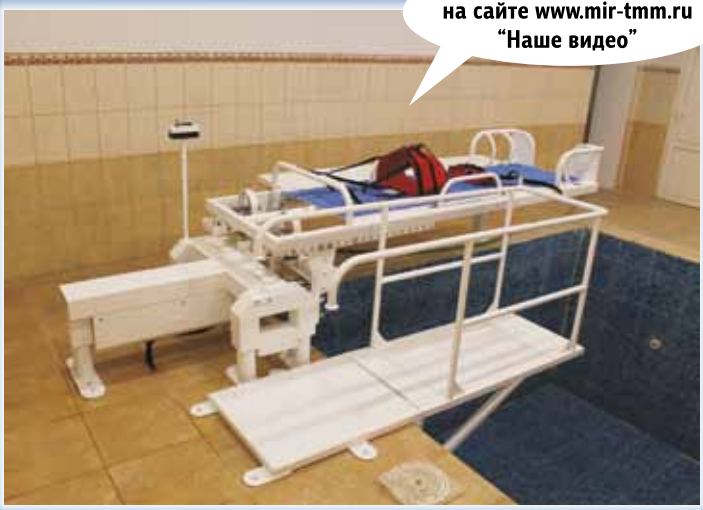
БАЛЬНЕОТЕХНИКА

СОВРЕМЕННЫЙ ИНЖЕНЕРНЫЙ ПОДХОД

Комплекс вертикального подводного вытяжения отделов позвоночника в бассейне

Основное достоинство комплекса- возможность механизированного перемещения пациента, при котором полностью исключается физическая активность пациента. Материал комплекса - нержавеющая сталь с полимерным покрытием.

Регистрационное удостоверение № ФСР 2011/11809
Сертификат соответствия РОСС RU.АЯ79.Н17390



Видеоролик на сайте www.mir-tmm.ru "Наше видео"

Бак процедурный с водомерным указателем

Сертификат соответствия РОСС RU.АЯ79.Н18135

Автоматизированный комплекс гидротерапевтического оборудования КГТО-«ТММ» (кафедра, души, водоподготовка, автоматика)

Гидротерапевтический комплекс, в котором функции регулирования температуры, давления воды и времени отпуска процедур выполняет управляющая система, позволяющая экономно расходовать воду и электроэнергию.

Шкаф управления гидропатией
Программируемая автоматика

Водоподготовка
Стабильность температуры и давления воды.

Экономичность, безопасность, производительность.

Регистрационное удостоверение № ФСР 2011/11809
Сертификат соответствия РОСС RU.АЯ79.Н17391

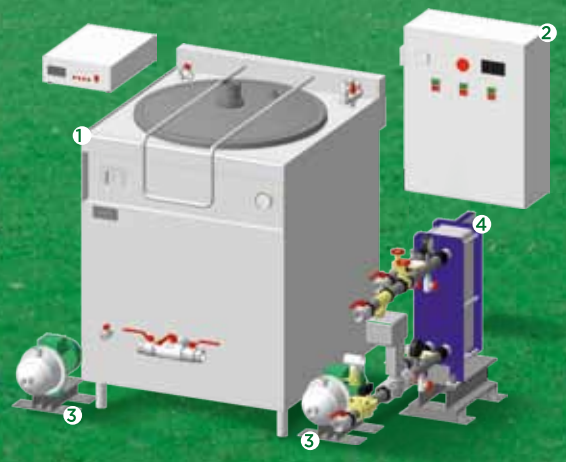
Производитель - ООО"ТММ"

659322, г. Бийск, ул. Социалистическая, д. 1,
тел./факс (3854) 30-59-96, тел. 8-905-983-40-41, тел. (3854) 30-10-70
www.mir-tmm.ru, e-mail: tmm@mail.biysk.ru

На правах рекламы

Пант-Эра 250

Установка «Пант-Эра» предназначена для приготовления водного экстракта из твердого сырья животного и растительного происхождения, в том числе из высушенных или замороженных пантов марала, в условиях медицинских учреждений, находящихся на значительном удалении от мараловодческих ферм.



Установка состоит:

1. из котла-экстрактора с встроенным ультразвуковым технологическим аппаратом
2. шкафа управления
3. перекачивающих насосов
4. теплообменного аппарата

Декларация о соответствии ТС №RU Д-RU.АЯ82.В.01889

Популярность применения пантов в народной медицине и клинической практике связана с доказанным в научных исследованиях противовоспалительным, адаптогенным, метаболическим, иммуномодулирующим, анальгетическим, противоанемическим действием, а также репродуктивным и повышающим потенцию эффектами.

ОСНОВНЫЕ ДОСТОИНСТВА УСТАНОВКИ ПАНТ-ЭРА 250

- исключение безвозвратных потерь биологически активных веществ из белковых компонентов сырья благодаря снижению температуры экстракции до 60-65 °С;
- увеличенная проникающая способность воды в капилляры внешней, более твердой части сырья, за счет звукокапиллярного эффекта;
- сокращение времени получения экстракта вследствие интенсификации ультразвуком процесса экстрагирования;
- увеличенная поверхность контакта биологического сырья и воды без дополнительного механического перемешивания;
- улучшенные органолептические свойства получаемого экстракта;
- автоматизированный процесс нагрева, экстрагирования, охлаждения экстракта;
- надежность и увеличенный ресурс благодаря применению комплектующих ведущих мировых производителей.

Производитель ООО «ТММ» , тел. 8 (3854) 30-59-96
Россия, 659322, г. Бийск, ул.Социалистическая, 1, e-mail: tmm@mail.biysk.ru tmmbalneo@gmail.com

ТММ

Дорогие читатели!

Пришла весна — долгожданная пора, которую мы все любим. Скоро у каждого из вас начнется «высокий» сезон, поэтому необходимо тщательно к нему подготовиться и сделать все возможное, чтобы он таким оставался. Сейчас у санаториев есть прекрасная возможность «воспрять духом» и идти вперед. Все зависит только от вас!

Уважаемые, читатели! Наверняка у каждого из вас периодически возникают вопросы, которые стоит обсудить с коллегами из отрасли, есть наболевшие проблемы, которые хотелось бы вынести на обсуждение широкой аудитории с целью их решения. Я призываю вас обращаться к нам в редакцию, а мы со своей стороны найдем эксперта по данному вопросу.

С уважением, к Вам и Вашему бизнесу!
Чистякова Гульнара, выпускающий редактор.
111@csko.ru

Содержание

Полезная деловая литература 6

Что такое бортовой журнал? 8

Всероссийский форум «Здравница -2016» 11

Готовое бизнес-решение под брендом санатория. 12

ОБМЕН ОПЫТОМ

Инновационный маркетинг санатория «Машук Аква – Терм» 14

Выгодно ли санаторию подсобное хозяйство в кризис? 20

НОВИНКИ

Профессиональное кухонное и торговое оборудование 23

Как сделать санаторий привлекательнее для клиентов? 25

ТЕНДЕНЦИИ КУРОРТНОЙ ОТРАСЛИ

Какой клиент к вам приедет через 10 лет? 26

АУТСОРСИНГ В ПИТАНИИ

Выбирайте профессионалов для организации питания 32

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА

Менталитет оптимизма как мощный инструмент нематериальной мотивации 36

ИНТЕРВЬЮ

Директор компании «Вита Техника»: «Я работаю, чтобы у санаториев было больше клиентов». 38

Сгореть или светить. Взгляд психоаналитика на проблему профессионального выгорания 40

ВОДОЛЕЧЕНИЕ

Инновационные технологии в комплексной терапии на примере реабилитационного многопрофильного центра Reasun. 43

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Отчет «Загруженность медицинских сестер в процедурных единицах». 47

Концепция реализации санаторно-курортного продукта 49

ТЕРАПИЯ

Высокоэффективная система магнитотерапии нового поколения 52

Разрушая стереотипы: барокамеры нового поколения 54

Применение полиферментных препаратов «Карипаин» 56

Ударно-волновая терапия в отделении физиотерапии лечебного центра. 58

Журнал «Санаторно-курортная отрасль» №1(27), март 2016, учредитель и издатель: ООО «Вита Техника Урал»
Регистрация: Федеральная служба по надзору в сфере связи, ИТ и массовых коммуникаций. Свидетельство о перерегистрации СМИ ПИ №ФС77-57794 от 18 апреля 2014 г.
Адрес издательства: 624251, Свердловская обл., г. Заречный, ул. Мира,35
Адрес редакции: 624251, Свердловская обл., г. Заречный, ул. Мира, 35, тел. (34377) 7-40-97

Главный редактор: Сергей Федорович Дмитреев (info@vt66.ru)
Выпускающий редактор: Гульнара Чистякова (111@csko.ru)
Верстка: Антон Савецкий
Корректор: Елена Ильина
Литературный корректор: Ладейщикова Наталия
Консультант-редактор: Владимир Рыжкин
Техническое обеспечение: Анатолий Жадобин
Отдел рекламы: тел. (34377) 3-16-88, 7-26-04
Работа с рекламодателями: Софья Пшеничникова (115@csko.ru)
Цена: свободная
Дата выхода в свет: 15.03.2016

Члены редколлегии:
Разумов А.Н., д. м. н., профессор, академик РАМН, директор ГБУЗ «Московский научно-практический центр медицинской реабилитации, восстановительной и спортивной медицины» Департамента здравоохранения Москвы
Ефименко Н.В., и.о. директора ФГБУ «Пятигорский государственный научно-исследовательский институт курортологии» ФМБА России
Зайцев А.А., директор ФГБУН «Томский научно-исследовательский институт курортологии и физиотерапии» ФМБА России
Остапишин В.Д., директор ФГБУ «Научно-исследовательский центр курортологии и реабилитации» ФМБА России, г. Сочи
Пономаренко Г.Н., д. м. н., профессор, главный физиотерапевт Министерства обороны РФ, зав. кафедрой курортологии и физиотерапии Военно-медицинской академии им. С.М.Кирова

Отпечатано: Типография «Артикул», г. Екатеринбург, ул. Белинского, 71Б тел.:(343)251-61-77
Тираж: 2 000 экз. Подписано в печать: 10.03.2016 г.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Подписной индекс:
34122 – каталог «Пресса России»

16+

www.csko.ru

Купите оборудование для санаторно-курортного лечения на выгодных условиях

www.вита-техника.рф

Более 600 наименований
медицинской техники для санаторно-курортного лечения

Описания, технические характеристики, фотографии, (чертежи, схемы подключения)*

Тест-драйвы, полезные советы по выбору и эксплуатации оборудования для санаторно-курортного лечения, рекомендации по комплектации кабинетов и многое другое Вы найдете на нашем сайте в разделе «Вита Информ»

Имя сайта можно набирать
не только латинскими буквами **www.vt66.ru**,
но и кириллицей: **вита-техника.рф** или **витатехника.рф**

ООО «Компания «Вита Техника»
Полный спектр медоборудования для санаторно-куротного лечения

Тел.+7(34377) 7-40-97, 7-41-02, 7-29-80, эл. почта: info@vt66.ru

ВИТА ТЕХНИКА

Реклама

*Данная информация предоставлена не для всех моделей оборудования

КНИГИ для директоров и руководителей отдела маркетинга

550р.

Левинсон Джей Конрад

Партизанский маркетинг

500р.

Тони Шей

Доставляя счастье

500р.

Карл Сьюэлл и Пол Браун

Клиенты на всю жизнь

550р.

Александр Левитас

Больше денег от вашего бизнеса

Вашему вниманию предлагаем идеи из книги **А.Левитас «Больше денег от вашего бизнеса Партизанский маркетинг в действии». В этой книге вы найдете эффективные решения для вашего санатория.**

Если вы работаете с эпизодическим клиентом, ваша основная задача заключается в том, чтобы в следующий раз он купил товар именно у вас. Вот несколько типичных приемов.

- Накопительные скидки. Чем больше покупает у вас человек, тем большую скидку получает на следующую покупку.
- «Составные» подарки и скидки. После каждой покупки клиент получает подарочный или скидочный купон, который сам по себе бесполезен. Но набрав оговоренное количество таких купонов, клиент может обменять их на подарок или разовую крупную скидку.
- Клубы «верных клиентов». Члены клуба получают бонусы, после того как потратят у вас значительную сумму в обмен на обязательство потратить в течении года не меньше оговоренной суммы.
- Регулярное напоминание о себе. Время от времени желательно напоминать клиенту о себе: писать ему, звонить, отправлять e-mail. Однако это не должно выглядеть как «Мы хотим твои деньги». Наоборот напоминание должно выглядеть как забота о клиенте **«У нас есть нечто интересное для тебя».**
- Фирменная газета. Вы можете выпускать собственную газету и распространять ее среди клиентов.
- Эти же приемы можно использовать и при работе с постоянными клиентами, но тогда они будут играть вспомогательную роль. Наконец, если ваши типичные клиенты относятся к числу регулярных покупателей, то ваша задача заключается в том, чтобы не дать им прекратить пользоваться услугой. Для этого используются, например, такие приемы.

По вопросам приобретения книг обращайтесь в редакцию журнала «СКО»:
сот.: 8-932-1-222-765, 8 (34377) 3-16-88
эл.почта: 111@csko.ru

ПРОДОЛЖАЕТСЯ ПОДПИСКА на 2016 год

НА БИЗНЕС-ЖУРНАЛ

для руководителей предприятий санаторно-курортной отрасли

Чтобы оформить подписку, Вам нужно:

1. оплатить счет (см.ниже);
2. отправить копию платежного поручения и карточку предприятия с подробным почтовым адресом на эл. почту: 111@csko.ru
   или по факсу: +7 (34377) 7 – 29 – 80

www.csko.ru

Самый полезный журнал по мнению директоров санаториев

ВСЕГО **1400 ₽**

комплект из 4-х номеров (годовая подписка)

Только для подписчиков гарантирован ПОЛНЫЙ годовой комплект журналов

ООО «Вита Техника Урал»
Адрес: 624250, Свердловская обл., г. Заречный,
ул. Мира, 35, тел./ф.: (34377) 7-40-97, 7-29-80, 7-41-02,
ИНН 6639016862, КПП 663901001, ОГРН 1076639001295
Р/с 40702810212840014362 в ЕФ ПАО «МДМ банк» г. Екатеринбург, БИК 046577940
К/с 30101810700000000940

Счет № СКО-1012 от 14 марта 2016г.

НАИМЕНОВАНИЕ	КОЛИЧЕСТВО КОМПЛЕКТОВ	Сумма, руб.
Годовая подписка на журнал «Санаторно-курортная отрасль»	1 комплект (4 номера : 1(27), 2(28), 3(29), 4(30) 2016 г.	1400, 00
Итого:		1400, 00
НДС		—
Всего к оплате:		1400, 00

Всего к оплате: Одна тысяча четыреста рублей 00 коп. Счет действителен до 30.05.2016

Директор Дмитреев С.Ф.

Текст: Ладейщикова Наталия

Мы часто говорим о продвижении санатория через сайт и соцсети, но незаслуженно забываем другой проверенный способ саморекламы. Вам доводилось коротать время в полете за чтением бортового журнала авиакомпании? Такой журнал — пример корпоративной прессы — весьма эффективный инструмент маркетинга. Для санатория собственное издание — это способ сделать каждого нового клиента постоянным, а для отдыхающих — признак солидности здравницы.

vs.

Бумага против интернета

С помощью корпоративного издания санаторий может решить сразу несколько целей. Задачи варьируются в зависимости от того, для какой аудитории вы хотите выпускать журнал или газету.

B2B

(business-to-business)

Издание для деловых партнеров. Задачи: информирование, создание образа респектабельной и надежной компании в глазах партнеров по бизнесу, как следствие – увеличение заказов.

B2C

(business-to-client)

Издание для потребителей. Задачи: удержание старых клиентов и привлечение новых, увеличение заказов и продаж за счет формирования положительного имиджа.

B2P

(business-to-personnel)

Издание для сотрудников. Задачи: формирование корпоративной культуры и здоровой атмосферы в коллективе, создание сплоченной команды, распространение знаний и опыта среди персонала.

В 2011 году Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР) провело исследование среди компаний, выпускающих корпоративные издания. Исполнительный директор АКМР Джемир Дегтяренко подытожил, что российские компании очень сильно полагаются на коммуникативную силу печатной продукции: «Даже в эпоху новых технологий три из четырех российских компаний пользуются собственной печатной продукцией для поддержания контакта с целевой группой». По данным АКМР 67% российских компаний делают издания формата B2C, для клиентов. 98% компаний ставят своей целью улучшение имиджа, 88% — продвижение своих продуктов и услуг, 96% компаний посредством журналов и газет намерены приносить реальную пользу своим читателям.

Как пишет портал Planetasmi.ru, «аудитория корпоративных изданий по численности уступает только аудиториям научно-популярных и массовых изданий развлекательного характера, которые читают и просматривают соответственно 52% и 42% среди всех опрошенных, и сопоставима с аудиторией деловой прессы общего (27%) и специализированного, отраслевого (25%) форматов». Авторы опроса отмечают, что 29% пользователей рунета испытывают недостаток в корпоративной прессе среди отраслей здравоохранения и социального обеспечения.

Газета или журнал?

Очевидно, что для выпуска журнала понадобится более весомый бюджет, чем для газеты. Однако не только экономическая составляющая определяет формат корпоративного издания. Если у вас информационный бюллетень для персонала, можно позволить себе и простенькую газету, отпечатанную в два цвета. Но если вы намерены формировать имидж среди клиентов и бизнес-партнеров, уместен более солидный, журнальный формат на хорошей бумаге.

Достоинства

Журнал	Удобство восприятия информации. Издание можно взять с собой, перечитать в удобное время	Доверие россиян к печатному слову, традиционное для нашей страны	Клиент получает гораздо больший объем информации	Журнал долго хранится, не теряя своей привлекательности, читатель неохотно с ним расстается	Более высокий имиджевый потенциал за счет объема информации и качества исполнения
Газета	Удобство восприятия информации. Издание можно взять с собой, перечитать в удобное время	Доверие россиян к печатному слову, традиционное для нашей страны	Сравнительная оперативность публикации новой информации	Сравнительно недорогой процесс производства, многие компании могут справиться с созданием текстов и печатью самостоятельно	

Недостатки

Журнал	Отсутствие оперативности в публикации информации	Более дорогой процесс печати производства: требуются профессионалы в редакцию, отдельное помещение, техника	
Газета	На полосы входит ограниченный объем информации	Такие издания хранятся недолго, от них легко отказаться	Сравнительно низкий имиджевый потенциал

С помощью аутсорсинга компании успешно обходят главный недостаток выпуска журнала — трудоемкость процесса. Впрочем, производство корпоративных газет тоже охотно перепоручают профессионалам.

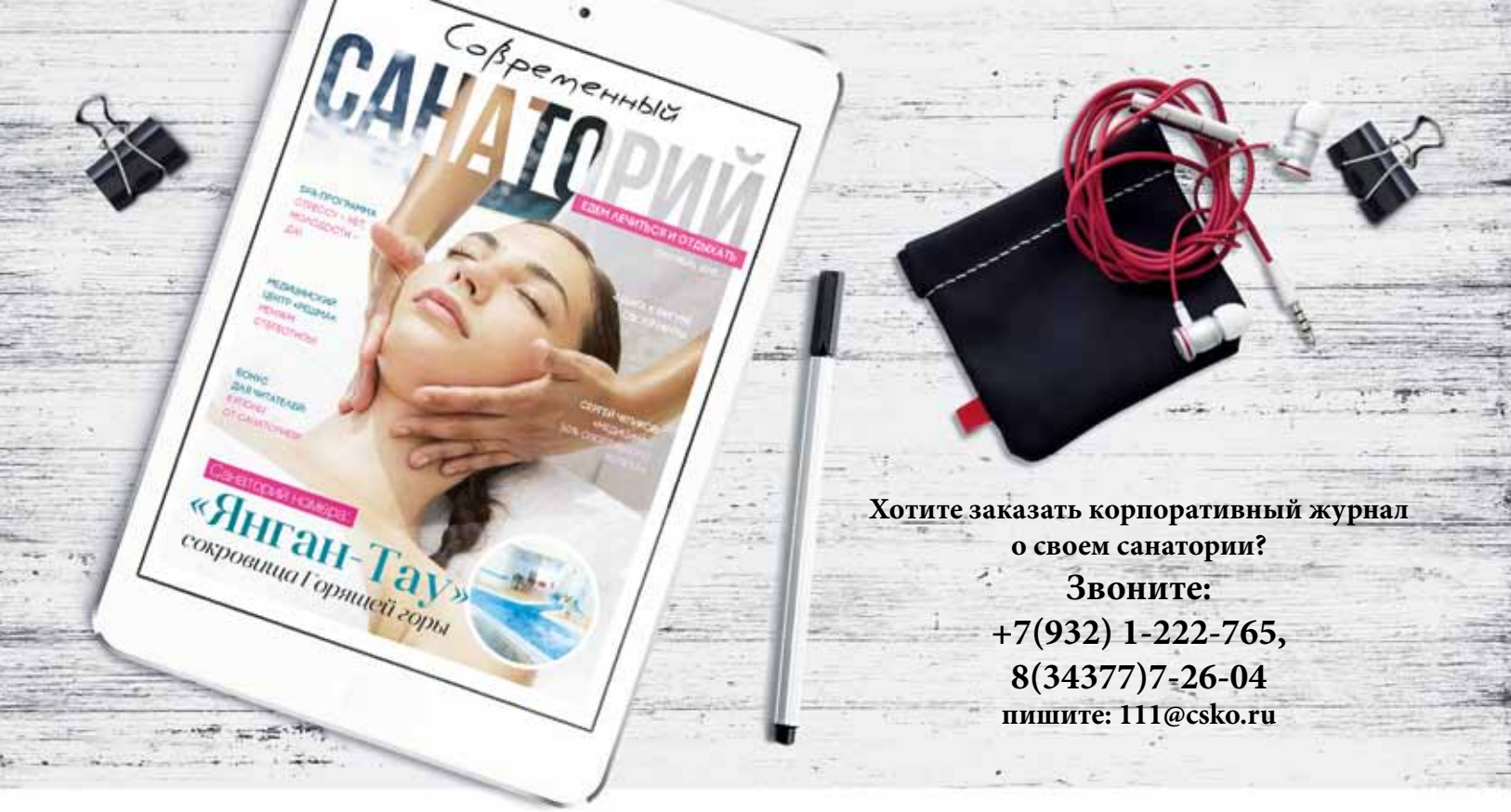
Компания «Вита Техника», продукт которой вы держите сейчас в руках, имеет все ресурсы, чтобы у вашего санатория появилось собственное корпоративное издание.

С чего начинается Ваше корпоративное издание?

Объективно оцените потенциал вашего pr-отдела, справится ли он со всеми этапами производственной цепочки:

- генерация концепции издания
- разработка дизайна
- написание статей
- фотосъемка и бильд-редактирование
- редактирование контента
- верстка
- корректура
- предпечатная подготовка.

Поручите нам выполнить наиболее сложные для вас этапы. Или закажите «бортовой» журнал вашего санатория под ключ. Гарантируем только уникальный, интересный и полезный контент. Ваши клиенты будут неоднократно обращаться к журналу за информацией и делиться ею с друзьями. Таким образом, журнал сформирует лояльность к здравнице у потенциальных клиентов, а у ваших прежних постояльцев окрепнет желание провести у вас очередной отпуск.



Хотите заказать корпоративный журнал о своем санатории?

Звоните:

+7(932) 1-222-765,

8(34377)7-26-04

пишите: 111@csko.ru

Передайте свои заботы
КОМАНДЕ ПРОФЕССИОНАЛОВ

Чистякова Гульнара
выпускающий редактор

★

- гарантирую, что информация о вас будет интересной и в тоже время действительно полезной.

Савецкий Антон
дизайнер

★

- гарантирую красивый, можно даже сказать, манящий, дизайн и грамотную верстку.

Сентеева Алеся
арт-редактор

★

Ладейщикова Наталия
журналист, корректор

Чебыкина Елена
журналист, копирайтер

★

- гарантируем, что соберем информацию скрупулезно и сочно расскажем о вашей здравнице. Предоставляем убеждающую информацию о лечебных программах.
При необходимости предоставляется выезд журналиста для сбора информации.

Хотите экономии?
Вы можете заказать печать в своей типографии, а разработан журнал будет нами.
Имея четкое представление о создании корпоративных изданий в санаторной отрасли, имея огромный опыт работы с санаториями, уверяем, что не стоит поручать создание собственного клиентского журнала штатным сотрудникам из отдела маркетинга. **Здесь требуется действительно грамотный и деловой подход.**

ВСЕРОССИЙСКИЙ ФОРУМ «ЗДРАВНИЦА-2016»

22—24 мая 2016, г. Казань

отель «Korston Kazan»

Дорогие участники Форума «Здравница-2016»! В рамках Всероссийского Форума проводятся:

XVI Международный научный КОНГРЕСС
«Стратегическое значение курортов России в сохранении и восстановлении здоровья населения»

Научно-практические секции (круглые столы, пленарные заседания, симпозиумы, семинары):

Этапность восстановительного лечения и медицинской реабилитации: долечивание - задачи и перспективы, межведомственное взаимодействие.
Организационно-правовые формы развития и эффективного управления санаторно-курортной отраслью России, основные этапы формирования инновационной стратегии развития санаторно-курортных и лечебно-оздоровительных предприятий.
Восстановительная и курортная медицина, медицинская реабилитация, спортивная медицина: достижения, перспективы, мировые тенденции, технологии, оборудование.
Подготовка и переподготовка кадров в сфере медицинской реабилитации, оздоровления, восстановительной и курортной медицины, сервиса, гостеприимства.
Современные оздоровительные технологии: технологии спа, веллнесс, фитнес, мировые тенденции анти-старения, лечебный и оздоровительный туризм.
Бизнес-контекст развития курортной отрасли РФ: международный опыт и глобализация, стратегии развития, пути повышения эффективности, управление бизнес-процессами, специфические особенности санаторно-курортного комплекса как объекта управления.
Клиентоцентрированный подход в курортологии и восстановительной медицине: маркетинг и реклама, сервис, питание, досуг, консалтинг, медицинский менеджмент.

ВЫСТАВКА ДОСТИЖЕНИЙ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ОТРАСЛИ
«Природные лечебные факторы, методы лечения, реабилитация и оздоровление в санаторно-курортных учреждениях»

– Минеральные воды, лечебные грязи – Диагностическое, лечебное и вспомогательное оборудование – Физиотерапия – Оборудование и технологии для климато-, бальнео- и грязелечения – Массаж – Тренажерное оборудование и инвентарь – Термотерапия (бани, сауны) - Рефлексотерапия – Механотерапия – Лечебная физкультура – Мануальная терапия и традиционные медицинские технологии – Лечебное и профилактическое питание – Анти-age технологии и продукция – Косметология и эстетическая медицина – Спа и веллнесс – Ресурсосберегающие и экологически чистые технологии – Технологии формирования здорового образа жизни – Оснащение санаториев – Фармацевтические средства и БАД – Компьютерные и информационные технологии – Оборудование пляжей – Мебель – Бассейны – Тренажерные залы – Оборудование пищеблоков – Одежда – Реклама – Транспорт – Реализация путевок – Медицинское и социальное страхование – Проектирование, строительство и благоустройство санаториев – Медицинский менеджмент, технологическое проектирование - Подготовка и переподготовка кадров – Консалтинг – Медицинская и курортная литература

КОНКУРС ВЫСТАВКИ ВСЕРОССИЙСКОГО ФОРУМА «ЗДРАВНИЦА-2016»

Победители конкурса участников выставки по каждой номинации будут награждаться «Золотой» и «Серебряной» Медалями Всероссийского форума «Здравница-2016», Дипломами и Специальными призами.

В этом году в рамках Конкурса-Выставки Всероссийского форума «ЗДРАВНИЦА-2016» будет проходить многоэтапный конкурс для санаторно-курортных организаций «Народное признание».

ТВОРЧЕСКИЙ КОНКУРС ВСЕРОССИЙСКОГО ФОРУМА «ЗДРАВНИЦА-2016»

Проводится с целью выявления, поощрения среди санаторно-курортных и реабилитационно-восстановительных организаций, а также организаций, смежных с санаторно-курортной отраслью, наиболее талантливых и творческих сотрудников с последующим награждением победителей.

Форум «Здравница» – уникальная площадка для деловых контактов и получения комплексной информации о современных тенденциях развития технологий восстановительного лечения, медицинской реабилитации, курортологии, спортивной медицины, индустрии курортного и туристического бизнеса.

Дирекция форумов по восстановительной медицине и курортологии
105062, Москва, Фурманный переулок, дом 8, строение 2
Телефон: +7 (495) 771-5193
www.rumed.ru, e-mail: forum-2010@mail.ru

Готовое бизнес-решение под брендом санатория

Преимущества использования грязи ElitMud в программах санатория

Катайцева Ксения Евгеньевна, директор компании **ElitMud**

Разрешите представить — компания ElitMud. Это единственное сегодня предприятие, которое добывает и реализует натуральную минеральную грязь озера Медвежье, расположенного в Западной Сибири. Клиентами ElitMud являются не только санатории близлежащих регионов. Грязь от компании уходит в аптеки, санатории, лечебницы в разные концы страны.
О пользе и уникальности «черного золота» озера Медвежье и о международном признании продукции ElitMud — наше интервью с представителем компании.

– Что побудило создать такое производство?

– Идея создать производство основана в первую очередь на лечебных свойствах грязи озера: это уникальный природный ресурс, который можно использовать в косметологических и оздоровительных программах. И конечно, при разработке идеи производства мы опирались на советский опыт: поставки грязи с озера Медвежье осуществлялись в СССР по многим союзным здравницам — в санатории Кавказа, Урала и Сибири.

Мы — компания ElitMud – получили лицензию на добычу и эксклюзивное право на реализацию натуральной минеральной грязи (пелоида) в озере Медвежье, что находится в Петуховском районе Курганской области.

Организовав свое производство, мы поставляем грязь не только по России, но и в Казахстан, и в Республику Беларусь. Мы работаем и с частными клиентами, через интернет-магазин, и с дистрибьюторами, а также непосредственно с санаториями, клиниками, СПА-центрами. Компания ElitMud предлагает грязь как в натуральном виде, так и в очищенном в различных формах: одноразовые аппликации, косметические маски. Продукция ElitMud получила высокие международные оценки — на косметической выставке interCHARM весной 2015-го.

– Ваша продукция сертифицирована?

– Конечно, мы сертифицировали все формы выпуска нашей продукции, а также получили бальнеологическое заключение Екатеринбургского медицинского научного центра профилактики и охраны здоровья рабочих промпредприятий, который уже на протяжении 30 лет ведет наблюдение и исследование лечебных факторов грязи озера Медвежье. По оценкам практикующих врачей, эта грязь является одной из самых сильнодействующих! Кроме того, на нашем предприятии проводится производственный контроль в форме микробиологического анализа.

– В чем отличие вашей продукции от другой грязи?

– Грязь озера Медвежье уникальна! Высокая минерализация рапы и грязи сравнима с минерализацией известного Мертвого моря в Израиле. В отличие от грязи Мертвого моря, грязь озера Медвежье хорошо изучена, разработаны показания и противопоказания для лечения и методики ее применения. Кроме того, наша грязь в дополнение к высокой минерализации имеет особенную органическую составляющую, образовавшуюся в наших умеренных широтах, – обладает уникальным составом микроэлементов, дающих целительные свойства.

Причины высокой минерализации грязи — большая площадь поверхности и небольшая глубина озера, что обеспечивает сильное испарение воды. Такую минерализацию воды переносит лишь одно существо, обитающее в озере, – это микроскопический рачок Артемия Салина, ровесник динозавров, огромная популяция которого ежегодно откладывает микроскопические яйца (цисты) тысячами тонн на дне озера. Кстати, об уникальности грязи: в составе цист было выделено содержание 18 аминокислот из 20, которые необходимы организму человека для синтеза белка. Грязь озера Медвежье официально используется одноименным курортом с 1925 года.

– Что вы можете предложить санаториям?

– Для санаториев у нас есть специальные предложения. Стоимость продукции зависит от объема закупок, их периодичности, дальности достав-

ки, и минимальная цена может составить всего 40 рублей за килограмм. Среди выгодных для здравниц предложений – это бесплатная доставка при определенном объеме закупки. Так, при заказе крупных партий в легкодоступные регионы, например, такие как Центральная Россия, Урал, Поволжье, мы берем на себя затраты на доставку. Клиентами востребована услуга брендирования нашей продукции именем своего санатория. Яркая брендированная упаковка и уникальное содержимое – грязь с целебными свойствами — послужат отличной рекламой санатория или СПА-курорта. У нас разработано несколько десятков вариантов фасовок и упаковки.

Таким образом, санатории могут использовать грязь озера Медвежье как в собственных программах — предоставляемых услугах грязелечения, так и в качестве брендированной продукции на продажу. Оба бизнес-направления позволяют санаториям получать доход и высокую нематериальную отдачу — оздоровление своих клиентов и тех, кто пока клиентом санатория не является, но, к примеру, получил грязевую продукцию в подарок.

– А в каком виде — в какой упаковке поставляется грязь санаториям и клиникам?

– Мы предлагаем различные варианты упаковки для эффективности работы сотрудников санатория. Нашим закупщикам доступны как минимальные упаковки продукции, предназначенные для одной процедуры, так и максимальный оптовый объем — пластиковые бочки по 65 кг. Также продукт может быть упакован в дой-паки (400 г), пакеты по 2 кг, ведра по 3,6 кг, полиэтиленовые пакеты по 20 кг. Это наши стандартные виды тары, но можем упаковать и другими объемами по желанию заказчика — любое пожелание обсуждается. Продолжая разговор об удобстве санаториев, важно добавить, что грязь легко наносится, легко смывается. Эти достоинства грязи особенно значимы в условиях активного внедрения программ грязелечения.

– Что лечат грязью? При каких заболеваниях или состояниях грязь может помочь?

– Более чем в 80% случаев лечебную грязь озера применяют при заболеваниях опорно-двигательного аппарата. Очень успешно грязь используется при лечении таких заболеваний, как ревматоидный полиартрит, артриты, артрозы, ревматизм, остеохондрозы, сколиозы, последствия травм и переломов.

Значимых результатов можно достичь при лечении грязью **дерматологических заболеваний**. Это целый спектр кожных проблем: псориаз, экзема, дерматозы, рубцовые изменения кожи, красный плоский лишай, ихтиоз, склеродермия, угревая болезнь (акне).

Также грязь применима **в лечении гинекологических заболеваний**, среди которых заболевания матки и ее придатков, хронический сальпингоофорит, хронический параметрит, метрит, кольпит, эндометрит, вульвовагинит, эндоцервицит, тазовые перитонеальные спайки, гипоплазия матки , функциональные нарушения менструально-овариального цикла, гипофункция яичников, спайки, и многие другие. Мы очень гордимся, что наша продукция помогает женщинам с первичным и вторичным бесплодием, и они успешно беременеют после 1-2 курсов лечения!

В списке показаний для грязелечения — и заболевания периферической и центральной нервной системы, заболевания и нарушения обмена веществ, стоматологические заболевания, заболевания органов дыхания, лор-заболевания, простатит, мужское бесплодие.

– А в косметологии грязь используется?

– Да, благодаря своим омолаживающим свойствам грязь широко применяется в косметологической практике. В косметологии наша грязь используется для масок на волосы, лицо, руки, все тело — например, для антицеллюлитных обертываний. Важно, что грязь гипоаллергенна и подходит даже для очень чувствительной кожи. ■

Грязь озера Медвежье – это экологичный природный продукт, обладающий высокими целительными свойствами и универсальностью: она может использоваться в разных лечебных, профилактических и косметических программах. Именно грязь может стать тем уникальным торговым предложением санаториев, клиник и СПА-курортов, на которое будут съезжаться посетители.

elitmud.ru +7 985 4394 008

Участники форума «Здравница» получат специальное предложение.